

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	6
BAB I.....	8
PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Sekilas tentang Manajerial.....	18
2.2 Kerangka Teori.....	20
2.2.1 Performance Organisasi sebagai Entitas Manajerial.....	20
2.2.2 Media sebagai Agen Konstruksi Realitas.....	31
2.2.3 Pola Relasi Aktor-aktor yang Berpengaruh dalam Media Penyiaran.....	38
2.3 Kerangka Konsep.....	44
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Analisis Isi.....	48
3.2 Tehnik Pengumpulan Data.....	55
3.3 Tehnik Analisa Data.....	55
3.4 Sumber Data.....	57
BAB IV.....	63
GAMBARAN UMUM.....	63

4.1 Pemilu 2014.....	63
4.1.1 Sekilas tentang Pemilu.....	63
4.1.2 Waktu Pelaksanaan Pemilihan Umum 2014.....	65
4.1.3 Tokoh-tokoh Resmi Calon Presiden 2014.....	66
4.2 Profil TV One.....	67
4.2.1 Perkembangan Stasiun Media TV One.....	67
4.2.2 Identitas TV One.....	69
4.2.3 Kebijakan Mutu TV One.....	70
4.2.4 Filosofi Logo TV One.....	71
4.2.5 Struktur Manajemen TV One.....	72
4.2.6 Program TV One.....	73
4.3 Profil Prabowo Subianto.....	76
BAB V.....	79
PEMBAHASAN.....	79
5.1 Performance Organisasi sebagai Entitas Manajerial.....	79
5.2 Media sebagai Agen Konstruksi Realitas.....	90
5.3 Pola Relasi Aktor-aktor yang Berpengaruh dalam Media Penyiaran.....	102
BAB VI.....	112
KESIMPULAN.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	115